

公司代码：600166

公司简称：福田汽车

北汽福田汽车股份有限公司 2025年年度报告摘要

第一节 重要提示

1、本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。

2、本公司董事会及董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

3、公司全体董事出席董事会会议。

4、天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5、董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

2026年4月23日，公司十届一次董事会审议通过了：《关于2025年度利润分配及公积金转增股本预案的议案》，决议如下：2025年度公司不进行利润分配，不进行公积金转增股本。

截至报告期末，母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

适用 不适用

截至本报告期末，公司母公司未分配利润-3,810,421,754.54元。根据《中华人民共和国公司法》及《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等相关法律法规的规定，公司尚不满足实施现金分红的前提条件。敬请广大投资者注意相关投资风险。

第二节 公司基本情况

1、公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	福田汽车	600166	福田股份

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陈维娟	王桂青
联系地址	北京市昌平区沙河镇沙阳路老牛湾村北	北京市昌平区沙河镇沙阳路老牛湾村北
电话	010-80716459	010-80716459

传真	010-80716459	010-80716459
电子信箱	chenweijuan@foton.com.cn	wangguiqing@foton.com.cn

2、 报告期公司主要业务简介

(一) 福田汽车成立于 1996 年，是一家国有控股上市公司，始终秉持“广种福田，造福亿万百姓”的初心，已形成集整车、零部件、商业生态为一体的业务布局，产品和服务覆盖全球 140 多个国家和地区。

在产品上，公司实现全品类、全场景布局：整车涵盖重卡、轻卡（含微卡）、VAN、皮卡、客车等产品，已形成覆盖“干线物流+区域集散场景”、“城市、城间、城乡物流+最后一公里场景”、“城市物流+越野场景”、客车场景、专用车场景等全场景多元解决方案。核心零部件实现核心技术与核心模块自研自制及智能化核心技术自主可控。

在研发方面，公司全球布局 19 个研发中心（包括 5 个国内整车及零部件应用开发中心、3 个智能网联中心、8 个海外研发及产品技术中心、3 个合资公司技术中心），覆盖新能源、智能化等关键领域，测试验证能力在国内具备领先优势。

在生产制造方面，公司全面布局智能制造，涵盖从整车到零部件的全产业链布局。其中，国内布局 10 个整车基地（含福田戴姆勒）和 8 个零部件基地（含福田康明斯、福康后处理、采埃孚福田），联合合作伙伴在海外建设 32 个智能制造基地，同步推进产业属地化，保障重点区域市场覆盖，满足市场需求，实现产业高质量发展。

在销售服务方面，公司销售服务网络遍布全球 140 多个国家和地区，国内销售与服务网络超过 10000 家（其中销售网络 3000 余家、销售门店 8400 余家、服务网络 10000 余家），海外销售与服务网络超过 1200 家（其中销售网络 1200 余家、服务网络 1500 余家）。

在商业生态方面，公司打造“爱易科”全域智慧生态品牌，涵盖“智·生态”与“电·驱动”两大板块：“智·生态”聚焦“能源、租赁、数智、修养配、二手车”五大生态服务，构建面向客户的一体化服务能力，为整车业务提供有力赋能；“电·驱动”通过“0+1+3+4+N”模式重塑三电研发生态链，深度挖掘三电技术潜力，满足用户多样化场景需求，为商用车用户提供全生命周期服务。

未来，公司将锚定“世界一流商用车企业”战略目标，聚焦“全面国际化、全面新能源化、全面智能化”战略转型，深化“营销、成本、质量”三大“一把手工程”，持续巩固并扩大行业领先优势，大力发展新质生产力，坚持技术领先与市场拓展并重，靶向攻坚“提质增效”专项行动，赓续奋斗精神，积极探索商业模式革新与产业生态重塑，致力于成为全球商用车技术变革的引领

者、智慧物流的推动者。

(二) 根据《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017)、中国上市公司协会《上市公司行业统计分类指引》(2023年5月1日实施)和中国证监会《上市公司行业统计分类与代码》(证监会公告【2024】16号),公司所处行业为“汽车制造业”。

2025年,我国汽车行业销量完成3,440万辆,同比增长9.4%,市场增量主要源于海外市场和新能源销量增长。其中,新能源汽车销量完成1,649万辆,同比增长28.2%;出口销量完成710万辆,同比增长21.1%;乘用车市场稳健增长,销量完成3,010.3万辆,同比增长9.2%;商用车销量完成429.6万辆,同比增长10.9%。2025年商用车新能源销量完成95.4万辆,同比增长65.5%,渗透率继续提升,达22.2%;出口销量完成106万辆,同比增长17.2%。总体上看,2025年中国商用车行业主要特征为“国内存量竞争加剧,新能源渗透率继续提升,海外出口增长空间仍然较大”。

产品类别名称	报告期内销量(辆)	较去年同比(%)
汽车总计	34,399,621	9.43
一、商用车总计	4,296,481	10.93
(1) 客车	573,977	12.32
其中:大型客车	71,523	8.53
中型客车	54,371	2.64
轻型客车	448,083	14.27
(2) 货车	3,722,504	10.72
其中:重型货车	1,144,947	26.98
中型货车	125,067	-1.95
轻型货车	2,023,594	6.52
微型货车	428,896	-0.99
二、乘用车总计	30,103,140	9.22
(1) 基本型乘用车(轿车)	12,423,803	7.87
(2) 运动型多用途乘用车(SUV)	16,123,377	9.52
(3) 多功能乘用车(MPV)	1,212,832	15.5
(4) 交叉型乘用车	343,128	25.27

(以上数据来源:中国汽车工业协会2026年第1期《中国汽车工业产销快讯》)

(三) 报告期取得的成绩

1、二次创业成果显著,经营质量大幅提升

2025年,公司坚定推进各项战略,全年实现销量超65万辆(含福田戴姆勒),同比增长5.85%,持续扩大领先优势,稳居商用车行业第一。新能源业务、海外业务以及重卡业务贡献最大。2025

年，公司实现归母净利润 13.64 亿元，同比增加 1,593.29%，其中扣非后归母净利 8.26 亿元，实现扭亏为盈，经营质量大幅提升。

国际化战略纵深推进

2025 年，公司坚定推进“全面国际化”战略落地，持续提升产品力，完善产品布局及新能源产品矩阵；重点突破重卡、皮卡、客车等业务，推动泰国、南非、巴西等产业化市场落地运营，提升属地化运营能力，加大海外资源配置，持续推进国内经销商出海。

新能源化进程全面提速

2025 年，公司持续发力电池、电驱桥、电控、氢系统等新能源自主模块投放，坚持纯电、混动、氢燃料“三线并举”的多元化技术路线，加快建设新能源渠道，持续提升质量和服务工程能力，构建覆盖新能源商用车全场景需求的产品矩阵，推动销量快速提升，新能源产品盈利水平不断改善。

全域智能实现多维度进化

2025 年，公司以“产品智能化+全域智能化”为核心，聚焦高速干线物流等少人化应用场景，以及末端物流、城市微循环公交等无人化应用场景，推动智能驾驶等技术商业化落地，达成全栈可控、核心自主的技术和资源布局；持续推动“人工智能+制造”深度转型，构建智能运营体系平台，通过 AI 技术贯穿研发、制造、供应链、营销、服务等全业务域，实现卓越运营和降本增效，全面提升企业智能化水平。

2、产品竞争力不断提升

2025 年，公司围绕“十四五”技术战略规划，始终坚持前瞻的战略布局，持续加大新产品投入，深耕核心技术自主研发，坚持“三线并举”技术路线，聚焦新能源、智能网联与智能底盘、动力传动、轻量化等关键技术持续攻坚。整体布局十大全新平台，重点投放重卡 A6/H6、微卡 W5、VAN K2 等全新平台，全面布局新能源产品，银河、启明星等新重产品上市即上量。实现“三电”等核心零部件自研自制，新能源核心技术自主可控，“数智化”提速发展，全栈自研，以技术创新突破持续引领行业发展，打造可持续的差异化产品竞争力。

3、持续推动营销业务全面转型

2025 年，公司始终“以客户为中心、以市场为导向”，深化矩阵式变革，成立区域营销中心、整合制造中心、创新 BG 组织模式，构建“10 个整车业务+12 个区域中心”营销矩阵，释放一线战斗力；坚持渠道战略革新、分销+直销并举、发展专用车业务、推进区域矩阵战略、推动“铁三角”组织前移等重大举措，持续完善线上布局与生态业务布局，加大营销一线人员的配置，大幅提升

营销能力。

4、供应链体系深度创新

2025年，公司采购组织深度创新整合，成立纵向一体化的采购中心，实现采购业务从“职能管理”向“价值创造”的根本性转变，实现资源共享、流程标准统一、采购作业合规。同时，构建“国际+国内”“自主+外购”两个“1+1”体系战略，一方面加速国产化供应商替代，在保障供应链安全的同时降低采购成本；另一方面推进核心零部件自制，实现关键环节自主可控，同步带动上下游供应商协同降本，提高供应链韧性。

此外，公司进一步优化供应商体系质量，提高了供应商供货集中度。公司在降成本、提质量、保交付的同时，持续推动绿色供应链建设，完成绿色供应商体系标准建设与绿钢开发验证、低碳原材料寻源、碳数据收集，积极推动供应商屋顶光伏建设以及绿色包装及绿色物流的应用，有效提升了市场竞争力。

5、流程与数字化变革收官，价值落地

2025年，公司流程变革与数字化转型全面推进落地，取得显著成效。流程变革进一步深化，完成了20个L1级业务流程梳理，新建流程制度文件3324项，有效实现运营效率与质量双提升；数据治理与AI应用落地，围绕“数据治理+数据平台+数据应用”，构建了全链路数据体系，全面盘点4万余项属性级数据资产，支撑17个核心业务场景应用，已累计试点建设智能体应用24项，涵盖研发、制造、营销、办公四大业务领域，累计回复11万+员工问题，工时节约8250小时；平台建设稳步推进，各业务域数字化平台建设进度达90%，降本增效与运营质量改善成果持续显现，业务运营效率显著提升。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年
总资产	53,457,131,290.66	51,848,813,097.04	3.10	44,885,094,665.28
归属于上市公司股东的净资产	15,617,463,399.87	14,321,719,535.57	9.05	14,232,666,781.21
营业收入	61,247,393,438.93	47,697,540,240.43	28.41	56,096,761,370.79
利润总额	1,360,988,404.17	62,002,092.19	2,095.07	943,302,249.55
归属于上市公司股东的净利润	1,363,826,801.45	80,542,788.99	1,593.29	909,480,896.06
归属于上市公司股东的	825,706,306.14	-212,986,010.78	不适用	451,184,999.68

扣除非经常性损益的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	1,894,598,193.50	1,305,350,410.62	45.14	255,780,372.02
加权平均净资产收益率(%)	9.11	0.56	增加8.55个百分点	6.60
基本每股收益(元/股)	0.172	0.010	1,620.00	0.115
稀释每股收益(元/股)			-	

归属于上市公司股东的净利润变动原因说明：

2025年，公司营业收入为612.47亿元，同比增加28.41%，利润总额为13.61亿元，同比增加2095.07%；归属于上市公司股东的净利润为13.64亿元，同比增加1,593.29%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为8.26亿元，实现扭亏为盈。本期业绩较上年同比大幅增长，主要原因为：

(1) 公司坚定推进“全面国际化、全面新能源化、全面智能化”战略落地，紧抓“以旧换新”等政策带来的结构性市场机会，加大推进海外属地产业化进程，全年实现总销量65.01万辆，同比增长5.85%；新能源实现销量10.12万辆，同比增长87.21%；海外市场实现销量16.45万辆，同比增长7.27%；报告期内新产品销量贡献度持续提升。

(2) 营销模式创新和后市场业务成为新的利润增长点。

(3) 公司持续推动全价值链降本增效，系统推进管理架构“矩阵式”转型，期间费用率同比下降。

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	14,801,358,565.44	15,569,632,452.99	15,078,374,967.92	15,798,027,452.58
归属于上市公司股东的净利润	435,673,639.31	341,184,526.72	335,789,849.38	251,178,786.04
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	228,456,064.67	322,146,426.07	210,664,964.87	64,438,850.53
经营活动产生的现金流量净额	1,769,419,996.85	124,581,183.75	-196,087,895.65	196,684,908.55

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4、 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					117,234		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					122,916		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数量	比例 （%）	持有有 限售 条件的 股份 数量	质押、标记或 冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
北京汽车集团有限公司	0	3,233,860,362	40.84	0	无	0	国有 法人
北京国有资本运营管理有 限公司	0	296,626,400	3.75	0	无	0	国有 法人
香港中央结算有限公司	63,878,488	194,949,528	2.46	0	无	0	其他
常柴股份有限公司	0	144,500,000	1.83	0	无	0	国有 法人
潍柴动力股份有限公司	0	80,000,000	1.01	0	无	0	国有 法人
中国农业银行股份有限公司—中证 500 交易型开放式指数证券投资基金	3,134,951	69,860,138	0.88	0	无	0	其他
诸城市义和车桥有限公司	0	60,120,000	0.76	0	无	0	境内 非国 有法 人
山东莱动内燃机有限公司	0	50,900,000	0.64	0	无	0	国有 法人
叶孝兆	5,334,700	45,355,100	0.57	0	无	0	境内 自然 人
中国人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品—005L—CT001 沪	34,453,293	40,164,393	0.51	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明		1、前十名无限售条件股东中，第一名股东为公司控股股东，共派出三人担任本公司董事。第二名股东持有第一名股东 100%股份。					

	2、前十名无限售条件股东中，第二、五名股东各派出一人担任董事。3、未知其他股东之间是否有关联关系或一致行动关系。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无

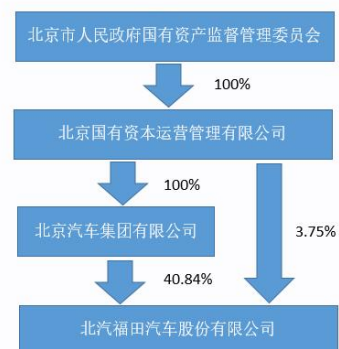
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5、 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1、 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

(1) 截至 2025 年 12 月 31 日，资产总额 5,345,713.13 万元，同比增加 3.10%；归属于上市公司

公司股东的净资产 1,561,746.34 万元，同比增加 9.05%。2025 年，实现营业收入 6,124,739.34 万元，同比增加 28.41%；实现利润总额 136,098.84 万元，同比增加 129,898.63 万元；实现归属于上市公司股东的净利润 136,382.68 万元，同比增加 128,328.40 万元。

（2）汽车产品经营情况

2025 年，公司持续从市场、产品运营全方位精准发力，以“敢闯 敢试 敢赢”的精神奋战全年，积极应对新一轮科技革命浪潮，把不可能变成可能，把可能变成现实，把现实变成卓越，取得关键突破。全年实现销量 65 万辆（含福田戴姆勒），同比增长 5.9%，占有率 15.13%。分车型情况如下：

中重型卡车：2025 年累计销售 151,330 辆，同比增长 57.1%，市场占有率 11.9%，同比提升 2.5 个百分点。其中：

重型卡车：2025 年累计销售 142,185 辆，同比增长 103.6%，市场占有率 12.4%，同比提升 4.7 个百分点。在以旧换新政策拉动及新能源渗透率快速提升的背景下，公司紧抓重卡市场恢复性增长机会，坚定落实双网双平台战略，有序推进银河（9/7/5/5M/3）、星辉、新能源自主模块等新产品投放与市场推广，推动销量大幅增长，实现业务跃升。

下一步公司将持续推进双网双平台战略落地，新能源业务依托自主模块提升产品竞争力，强化多品牌协同；NG 业务依托双平台产品巩固市场，快速补齐弱势区域短板；柴油业务进一步提升客户口碑，巩固并扩大领先优势。此外，在快递、冷链等典型场景加快智驾产品推广，力争实现新赛道全面领先。

轻型卡车（含微卡）：2025 年累计销售 446,113 辆，同比下滑 4%，市场占有率 18.2%。公司加速向新能源化转型，持续完善新能源产品矩阵，坚定实施纯电、混合动力、氢燃料等多技术路线联合布局，不断优化产品性能和提升客户体验。欧马可坚持高端引领、奥铃坚持全面引领、领航夯实“城市市场基盘+深耕县域市场”，三大业务协同配合，精准满足不同细分客户群体需求。

下一步公司将坚定新能源化、智能化业务战略，做好启明星全新纯电平台市场推广，加快完善新能源生态体系建设，推进自主核心模块开发，强化混动技术、氢燃料技术、智能辅助驾驶等先进技术应用，加速轻卡向高端化、智能化、绿色化转型升级。深化生态建设，为客户提供“买、用、养、管、换”全生命周期一体化解决方案，助力客户运营更省时、省心、更省钱。

大中型客车：2025 年累计销售 6,021 辆，同比增长 7.4%，市场占有率 4.8%，同比增长 0.1 个百分点。大中客业务围绕“国内+海外”一盘棋战略，持续深耕市场；依托以旧换新政策，创新营销模式，加大弱势区域资源和人力投入。城市客车持续拓展地市级客户群体，扩大市场覆盖度；

城间客车重点突破旅游客车市场，实施分类分层精细化开发。

下一步公司将深入推进“国内+海外”战略落地，持续推进平台模块化整合，打造客车国际竞争力；紧抓旅游客运市场增长机会，突破城间客车市场；依托以旧换新政策，持续深耕城市客车和乡村客运市场；推出新能源客车、城市微循环客车等一系列重点产品，实现客车业务稳健增长。

轻型客车：2025年累计销售39,701辆，同比下滑11.8%，市场占有率8.9%。受整体市场结构调整影响（中VAN新能源高速增长，大VAN市场场景分化明显，多能兼用及高效物流需求有所萎缩，商旅客运和旅居宿营需求快速增长），公司大VAN产品升级改款节奏滞后，未能及时匹配商旅客运和旅居宿营需求，导致部分市场份额流失，中VAN纯电产品提前到位，有效拉动销量与占有率双增长。

下一步公司将在质量标准、供应商体系、物流运营、极致成本控制方面实现体系能力全面升级，产品战略聚焦平台升级迭代，全面提升产品竞争力，强化业务协同联动，推动轻商网络协同整合，充分发挥区域营销中心作用，持续强化直销业务能力。

新能源产品经营情况

2025年，公司实现新能源销量10.1万台，同比增长87.2%，增幅高于商用车行业水平（行业增幅65.5%），占有率同比提升1.2%。公司重点推进新产品和自研自制模块落地转化、坚持专网开发与混网转型同步推进、持续提升质量和服务工程能力。

产品出口情况

2025年，公司实现出口16.5万辆，同比增长7.3%，市场占有率15.5%，继续保持中国商用车出口第一地位。产品结构调整成效显著，重卡、皮卡、客车等重点业务销量及占有率明显提升；陆续在泰国、巴西、南非等市场实现属地化运营；海外新能源实现全业务、全技术路线覆盖，目前已在亚太、美洲等区域落地运营。

发动机产品经营情况

2025年，公司销售发动机281,854台，同比增长8.2%。其中，福田康明斯（50:50合资公司）主要生产轻型、中重型柴油发动机，报告期内销量197,262台，同比增长24.8%；福田发动机主要生产2.0L、2.5L小排量发动机，报告期内销量84,592台，同比降低17.3%。

（以上数据来源：中国汽车工业协会2026年第1期《中国汽车工业产销快讯》）

2、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用

董事长:常瑞

北汽福田汽车股份有限公司

2026年4月23日